

INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA PYMES

INNOVATION AS A MANAGEMENT STRATEGY FOR PYMES

Nadiesda Liliana Flórez Parra
Relaciones Económicas Internacionales – Universidad Autónoma de Colombia
Técnico Administrativo
lilianaf0707@gmail.com
Bogotá, Colombia

Artículo de Investigación

Yuber Liliana Rodríguez-Rojas Ph.D.
Doctora en administración – Universidad de Celaya (México)
Magister en Salud y Seguridad en el Trabajo - Universidad Nacional de Colombia
Esp. (c) en estadística aplicada – Universidad Los Libertadores
Fisioterapeuta - Universidad Nacional de Colombia

Correo electrónico: yuberliliana@gmail.com



La U
acreditada
para todos

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
2019

INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA PYMES

INNOVATION AS A MANAGEMENT STRATEGY FOR PYMES

Nadiesda Liliana Flórez Parra
Relaciones Económicas Internacionales – Universidad Autónoma de Colombia
Técnico Administrativo
lilianaf0707@gmail.com
Bogotá, Colombia

RESUMEN

El trabajo comprende la investigación de la evolución conceptual de la innovación; sus tipos, importancia, necesidad, factores facilitadores y los limitantes con respecto a los procesos de innovación en las PYMES, por medio de la revisión Sistemática de la Literatura de artículos científicos. Para la selección de artículos los siguientes criterios se tuvieron en cuenta: artículos encontrados en bases de datos electrónicas de disponibilidad abierta. Las plataformas consultadas son: Scielo, Proquest, Jstor y Redalyc, en donde en la búsqueda se requiere que la palabra innovación y PYMES estuviera en su título (o palabras similares innovador, inventor), publicados desde al año 2000. Integrando aquellos estudios realizados en contextos a nivel nacional o internacional. Los resultados muestran que las exigencias y demandas complejas y cambiantes de los mercados globalizados, de todas las partes involucradas, llevan a la necesidad y con ello la importancia para que la gerencia formule estrategias que lleven a PYMES a ser innovadora, toda vez que este tipo de empresas contribuyen el fortalecimiento y crecimiento de la economía en los países por medio de la incorporación la innovación en sus estrategias, siendo de esta forma competitivos en el entorno empresarial.

Palabras clave: competitividad, estrategias gerenciales, gestión de Innovación, Innovación, PYMES.

ABSTRACT

The work includes the investigation of the conceptual evolution of innovation; their types, importance, need, facilitating and limiting factors with respect to innovation processes in PYMES, in the middle of the systematic review of the literature of the articles. For the selection of articles can be seen in account: articles found in electronic databases of open availability. The

platforms consulted are: Scielo, Proquest, Jstor and Redalyc, where the search requires the word innovation and PYMES in its title (or similar words innovator, inventor), published since 2000. Integrating those studies made in Contexts to national or international level. The results show the demands and the answers and the changes in the globalized markets, all the involved parties, the necessity and the importance for the management of the management, the strategies to take the PYMES to be innovative in this competitive way in the business environment.

Keywords: Competitiveness, management strategies, innovation management, innovation, PYMES

INTRODUCCIÓN

El panorama empresarial desafía desde las últimas décadas la globalización económica, convirtiéndose en un fenómeno mundial; el termino globalización podría entenderse como la variedad de cambios y preferencias recíprocos, causados por las actividades económicas, políticas, ambientales y socio-culturales del mercado (Vite, 2000) y con ello los flujos de entrada y salida de empresas que son indicativos del dinamismo y desarrollo que generan las empresas en todo el agregado de la economía de un país (Solís & Vázquez, 2014).

Ahora bien, vinculado con este gran fenómeno entra en escena mecanismo de competitividad en las organizaciones, la innovación, definiéndose esta, y, según la Guía de Oslo que a nivel mundial es un referente significativo de pautas para la recopilación y análisis de información sobre la innovación. Esta es definida como la entrada de un conocimiento nuevo o mejorado, de un producto, proceso, o de métodos de marketing organizativo, en las actividades que se realizan internamente de la empresa, la organización de puestos y lugar de trabajo, así como alianzas empresariales (Gonzáles & Martínez, 2014).

Para las PYMES la globalización es una forma de interrelacionarse a una escala global, en donde las nuevas tecnologías juegan un papel determinante en el desarrollo, convirtiéndose en el motor de la economía. (López, Acosta, Espinoza, & Delfín, 2007).

Las PYMES son el resultado de las crisis económicas y políticas de las últimas décadas, tienen remotos antecedentes (La gran mayoría de ellas iniciaron en pequeños talleres), definición, tamaños y formas distintas, por ejemplo, el Banco Europeo de Inversiones considera que es una PYMES cuando su recurso humano sea inferior a 500 trabajadores y su capital no exceda en un tercio de una sociedad de grandes dimensiones, en cambio, la Unión Europea establece que una empresa es pequeña cuando cuenta con menos de 50 empleados, su activo neto no supera 1,2 millones de euros y sus ventas no alcanzan los 5 millones; puede observarse que, la determinación de la calidad de PYMES en materia laboral depende de los elementos cuantitativos de la cantidad de empleados y los niveles de ingresos (Flórez, 2011)

Por su parte, la gerencia moderna en las PYMES demanda nuevos retos en consecuencia de la dinámica de los cambios cada vez más competitivos en el entorno, haciendo que las empresas tengan que diseñar modelos gerenciales que marquen diferencia, poner en práctica estrategias que logren garantizar la permanencia en un mercado y, que, además, promuevan competencias orientadas al desarrollo de mejores prácticas. (González & Martínez, 2014).

Si bien la globalización abre puertas, la innovación es la vía por la que los gerentes pueden acceder para estar a la vanguardia, siendo las estrategias gerenciales la búsqueda intencional por planes de acción que desenvuelvan ventaja competitiva. (Fernández, 2008). La gerencia de las PYMES debe tener una visión prospectiva, teniendo en cuenta diferentes enfoques (Enfoque Adaptativo, de influencia y proactivo); en otras palabras, investigar y evaluar posibilidades de cambios futuros del mercado y la sociedad para con obtener una mejor posición competitiva y de adaptación de esos posibles cambios.

En este sentido, la innovación tiene un rol importante dentro de las PYMES, teniendo en cuenta que estas constituyen en más del cincuenta por ciento de puestos de trabajo formal a nivel

mundial, en donde su contribución con la generación de empleo es semejante al de las grandes organizaciones (López, Acosta, Espinoza, & Delfín, 2007), según indican estudios de la Corporación Financiera Internacional (IFC); desde este punto de partida y dado el acelerado y permanente cambio en los mercados, así como las exigencias de los consumidores surge la gran necesidad en las PYMES en incrementar la investigación, identificar o implementar procesos continuos y sustentables en base a la innovación que garanticen competitividad.

El tamaño de las PYMES, es una potencial ventaja competitiva, ya que debido a esto fluye ágilmente la comunicación en su interior permitiéndole responder rápidamente a los cambios del mercado y su entorno, facilitándole la integración entre las fichas del juego, que son las relaciones económicas, de abastecimiento de bienes y servicios desde el inicio de la producción hasta que llegada al consumidor, es decir, de las cadenas productivas (Castellanos, 2003). Sin embargo, también carecen de una cultura organizacional entorno a la gestión de innovación, puesto que esto requiere recurso humano, inversión, modernización, entre otros, ya que si se crean cambios es en consecuencia de los mercados globalizados, entendiéndose que también pueden tener desventajas que incurren de forma directa en la eficacia de su productividad y competitividad (Solís & Vázquez, 2014).

Es indiscutible que la innovación es consecuencia de un conjunto de operaciones y disposiciones tomadas por parte de la organización, de cierta forma influenciadas por su entorno tanto nacional como internacional (Moreno, González, & Cremades, 2009). Sin embargo, para las PYMES convertirse en una empresa innovadora no es tarea fácil; donde además de tener clara la razón, importancia y necesidad que los impulsa a innovar, también es preciso identificar cuáles factores facilitan o limitan la innovación, siendo esto un proceso continuo y que su gestión

es el mecanismo con el cual los directivos deberán encaminar sus esfuerzos para establecer una cultura y trabajo en equipo en las organizaciones. (Sánchez, Cervantes, & Peralta, 2016).

El objeto de este artículo y dada la importancia de este sector, es realizar un análisis conceptual de la innovación y sus tipos, identificándose que elementos son útiles para su gestión y si se requiere estén involucrados todos los niveles de la organización, así como los diferentes factores del entorno, con respecto a las actividades y procesos de innovación en las PYMES, exponiendo la complejidad en las pequeñas y medianas empresas en el mercado, con el fin de introducir en los empresarios contenidos y herramientas adecuadas que puedan comprender y gestionar. El presente documento se organiza iniciando con la descripción de las metodologías de investigación aplicadas, la evolución conceptual, tipos, su gestión, importancia, para posteriormente lograr la identificación de factores facilitadores o limitantes, y conclusiones.

MATERIALES Y MÉTODOS

La Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) permite equiparar, valorar y compendiar investigaciones de un o varios temas de interés particular, siendo su objetivo el de suministrar un resumen de literatura adecuado para dejar en claro una pregunta de investigación. No existe una forma totalmente cierta de analizar un artículo de investigación, sin embargo, para el desarrollo de la investigación se utilizó una búsqueda sistemática de literatura, con base a la declaración PRISMA, con la finalidad de ajustar la metodología a los criterios para la realización de revisiones sistemáticas.

La investigación de la innovación en PYMES es dispersa entre diferentes disciplinas y agrupaciones de investigación, en cuanto a su definición, tipos, importancia y necesidades, y

factores facilitadores y los limitantes. Para lograr el objetivo de este artículo se determinó en primera medida, Ilustración 1, la pregunta de investigación, que es, ¿Cómo gestionar la innovación en las PYMES?, luego se realizó una consulta de artículos científicos identificados mediante la búsqueda en bases de datos electrónicas de disponibilidad abierta: *Scielo*, *Proquest*, *Jstor* y *Redalyc*.

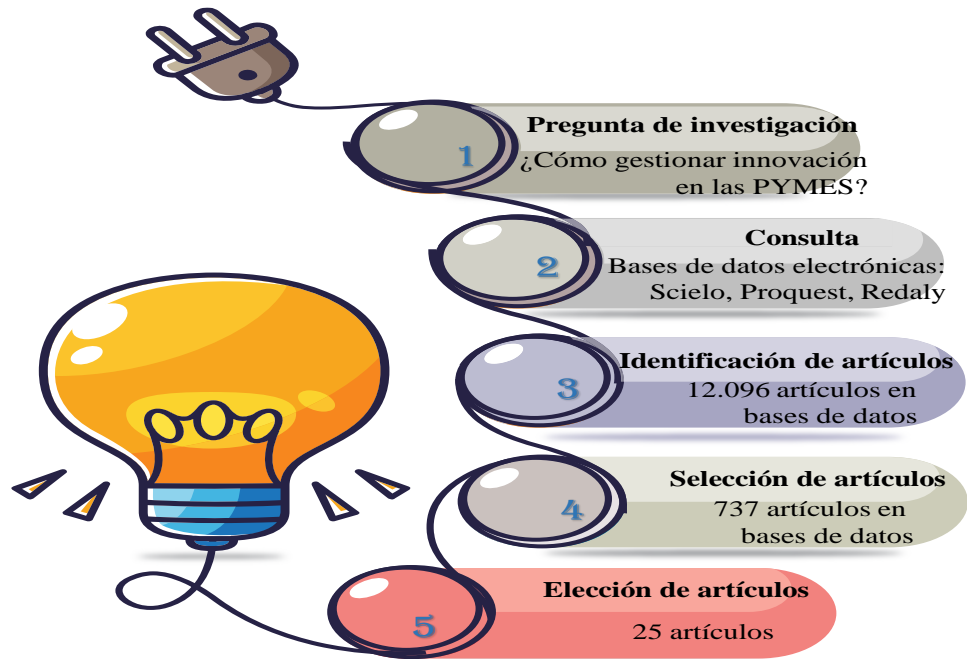


Ilustración 1 Método de investigación

Fuente. Autor 2019

En la búsqueda en estas bases de datos electrónicas; se incluirán términos en el título del artículo para cada uno de los componentes (Innovación, PYMES, Gestión, Gerencia, Estrategias Gerenciales); seguido, se determinan fases para análisis, Ilustración 2, con el fin de identificar aquellos artículos de alto impacto según los factores sociales, enfoques y el ámbito de trabajo desarrollado en los artículos, encontrando 12.096

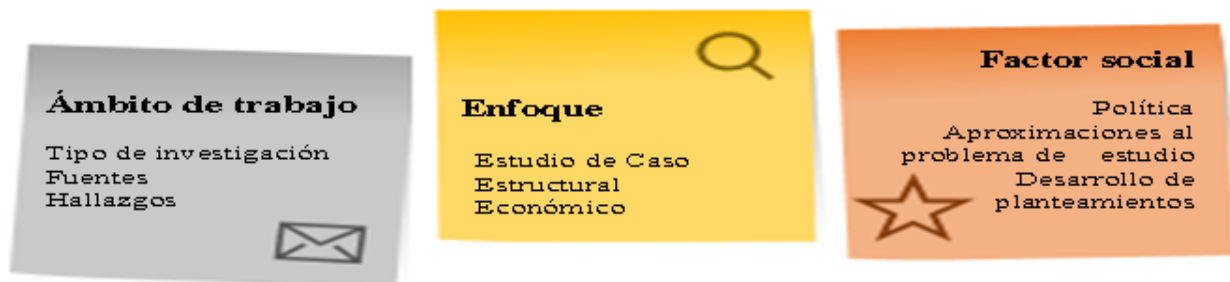


Ilustración 2 Fases para análisis

Fuente. Autor 2019

A través de la conjugación de la búsqueda, se seleccionaron 737, de los cuales se revisaron 20 artículos científicos publicados a partir del año 2000, sobre la gestión de innovación en las PYMES.

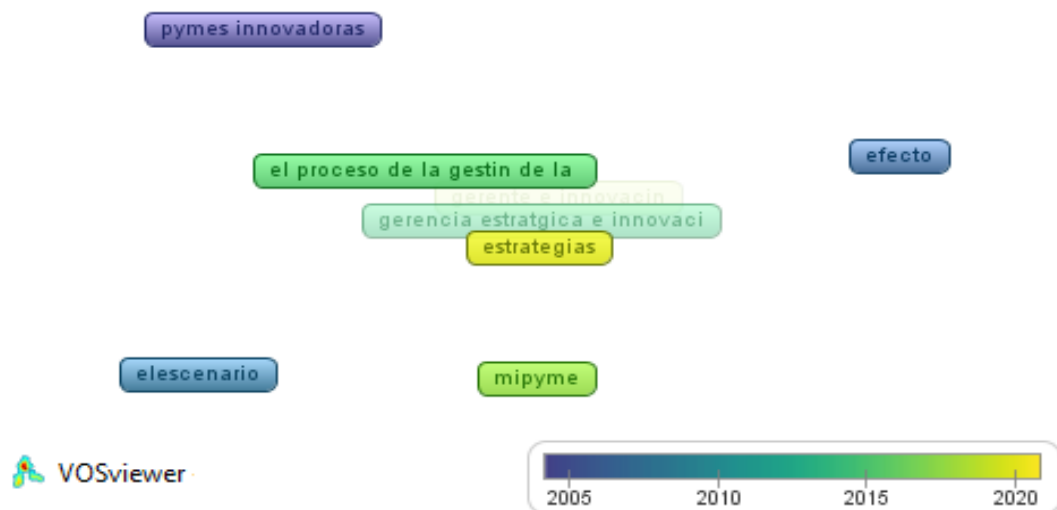


Ilustración 2 Resultados VOSviewer

Fuente. VOSviewer (versión 1.6.10)

Como criterio de inclusión se definen: año de la publicación, el tópico de estudio, la metodología de investigación, análisis de resultados, discusión, conclusiones y comentarios finales, no se establecen limitaciones por país o de idioma para la identificación de estudios. En cuanto a los criterios de exclusión serán descartados los artículos anteriores al año 2000, o aquellos que según su pertinencia no contribuían con el tema de estudio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se identifican de los artículos seleccionados, elementos esenciales en torno a la investigación de la innovación en PYMES, sobre, su evolución conceptual, tipos, importancia, necesidad y los factores facilitadores y los limitantes con respecto a los procesos de innovación en las PYMES.

La innovación y su evolución conceptual

Según la etimología, la palabra innovación procede del latín innovatĭo, -ōnis que a su vez se deriva del término innovo, -are “hacer nuevo”, “renovar”, que se forma con in- “hacia dentro” y novus “nuevo”. (Avendaño C., 2012).

La innovación a nivel empresarial y en términos del economista austriaco-estadounidense Joseph Schumpeter, quien es uno de los autores más influyentes sobre la innovación (Montoya, 2004), se puede definir como la intersección y combinaciones nuevas de recursos existentes para hacer mejores o nuevos productos, con los cuales acceder a diferentes mercados, siendo este autor uno de los primeros en hablar del tema (Salas, García, & Azuero, 2018). Es importante indicar que el gran aporte de Joseph Schumpeter a la teoría del Desarrollo Económico es consistente en la introducción a la discusión teórica aun predominante, del fenómeno de la innovación y del empresario innovador. (Montoya, 2004).

Pero, Joseph Schumpeter no es el único autor, que a través del tiempo ha analizado y conceptualizado el término de innovación, ya que otros también lo han hecho bajo diferentes factores, posiciones ideológicas y epistémicas. En ilustración 3, se citan a otros autores con su correspondiente definición (Oliveira, Leon, & Moreno, 2019), para con estos validar y contextualizar a través del tiempo la definición que brindan.

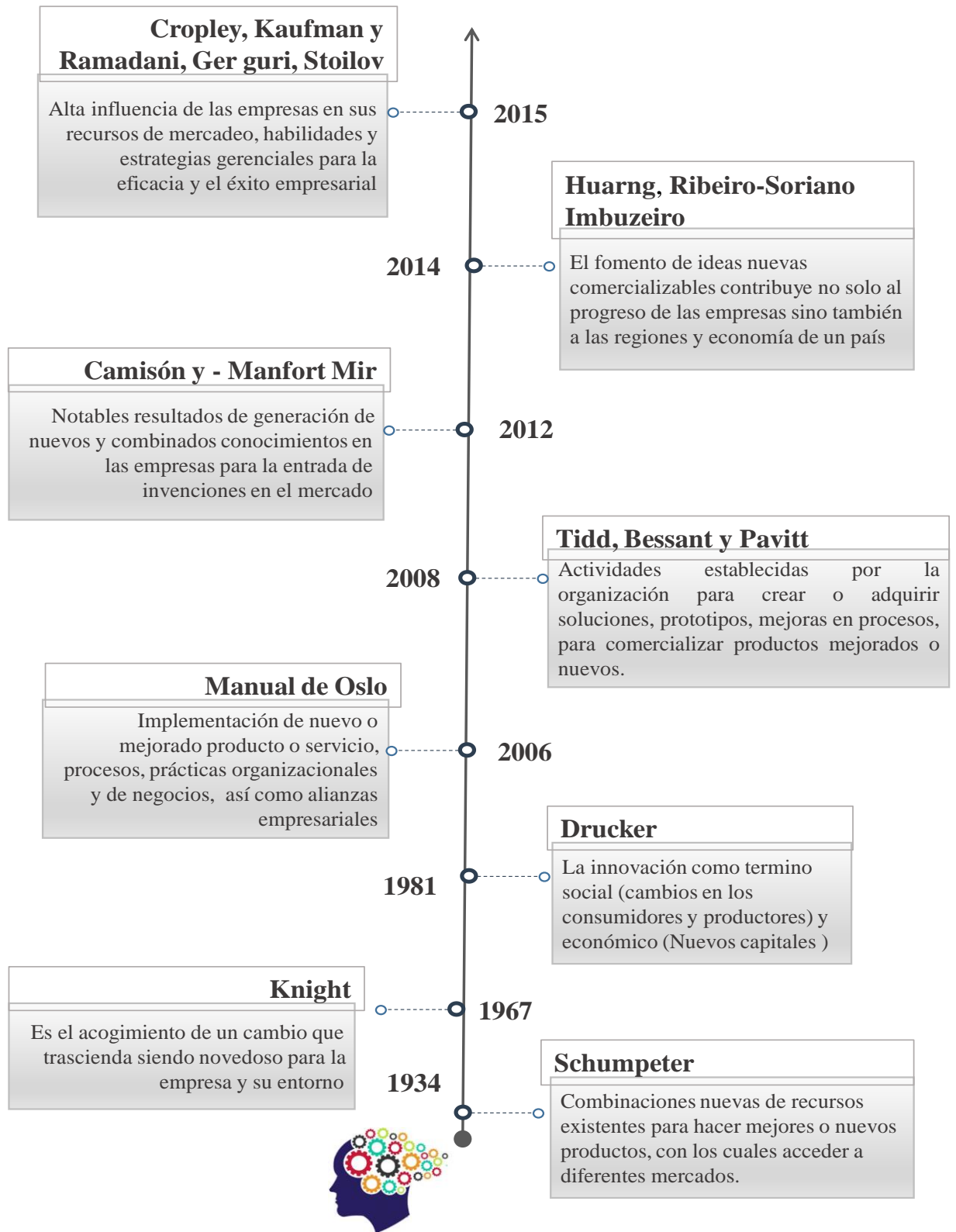


Ilustración 3 *Conceptos de Innovación*

Fuente. Autor 2019

Las definiciones de los diferentes autores coinciden en el aspecto donde el concepto de innovación implica más que hacer cosas nuevas, las cuales deben ser puestas y comercializadas con valor al mercado, puesto que si no es aceptado por el mercado el esfuerzo de innovar en la organización sería en vano, además de que contribuyen al crecimiento de la economía de las regiones y el país.

Tipos de innovación

De conformidad con la metodología de esta investigación en este apartado se trata el primer objetivo el cual es identificar los tipos de innovación que se desarrollan en las PYMES, encontrándose gran diversidad, pero para la centralización en las PYMES, se analiza el planteamiento de los tipos de invocación basándose en el Manual de Oslo, que es la principal fuente internacional de directrices para la recopilación y análisis de información relativa a innovación, identificando tres enfoques distintos: según la aplicación u objeto, el impacto o grado y naturaleza, como se describe en la Tabla 1; como orientación para la identificación de la innovación. (Quiroga, Hernández, Torrent, & Ramírez, 2014).

Tabla 1.

Tipos de innovación por enfoque

| Perspectiva | Clasificación | Descripción |
|---------------------|--|---|
| Según la aplicación | De producto | Creación de un nuevo producto o mejorado |
| | De proceso | Mejorar el proceso productivo de la empresa |
| | De mercado | Descubrimiento de demandas insatisfechas y segmentos de mercado |
| Según el impacto | Innovaciones incrementales (continuas) | Cambios a un proceso de pequeñas mejoras que incrementan la eficiencia de los procesos o la calidad de los productos. |
| | Innovaciones radicales (rupturistas) | Cambio definitivo en la ejecución de un proceso o en las características de un producto. |
| Según la naturaleza | Tecnológica | Procesos que producen avances tecnológicos (Tecnologías aplicables a productos, procesos o formas de gestión). |

Fuente. Autor 2019

La habilidad de la PYME para realizar innovaciones de un tipo u otro son diferentes, ya que deberá tener en cuenta los criterios de cada una para determinar cuál ejecutar, o también puede evaluar la posibilidad de combinar diferentes tipos de innovación, y con ello el desarrollo de diferentes capacidades. Por ejemplo, si la empresa está orientada a la tecnología, posiblemente innova en procesos que aumenten la eficiencia del desarrollo de productos, servicios y la comercialización, por otra parte, si la empresa se concentra a las necesidades del consumidor, al diseño y desarrollo de mejoras, innova en producto o servicio.

La innovación debe comprenderse como un proceso dinámico y recíproco, donde la empresa adquiere conocimientos por experiencia propia, en el desarrollo de sus procesos de producción en su relación con su entorno, otras organizaciones y, por supuesto, el mercado.

No obstante, antes de entrar a innovar en las organizaciones, se requiere una gestión en su proceso el cual es el convertir una idea en innovación (Aponte, 2015), definiendo o desarrollando un procedimiento o modelo, consistente en poder segmentar, organizar y evaluar las distintas acciones del proceso innovador. (Landazury & Ferrer, 2016) A modo básico y general los pasos o etapas a desarrollar en una PYMES serían las descritas en la Ilustración 4.

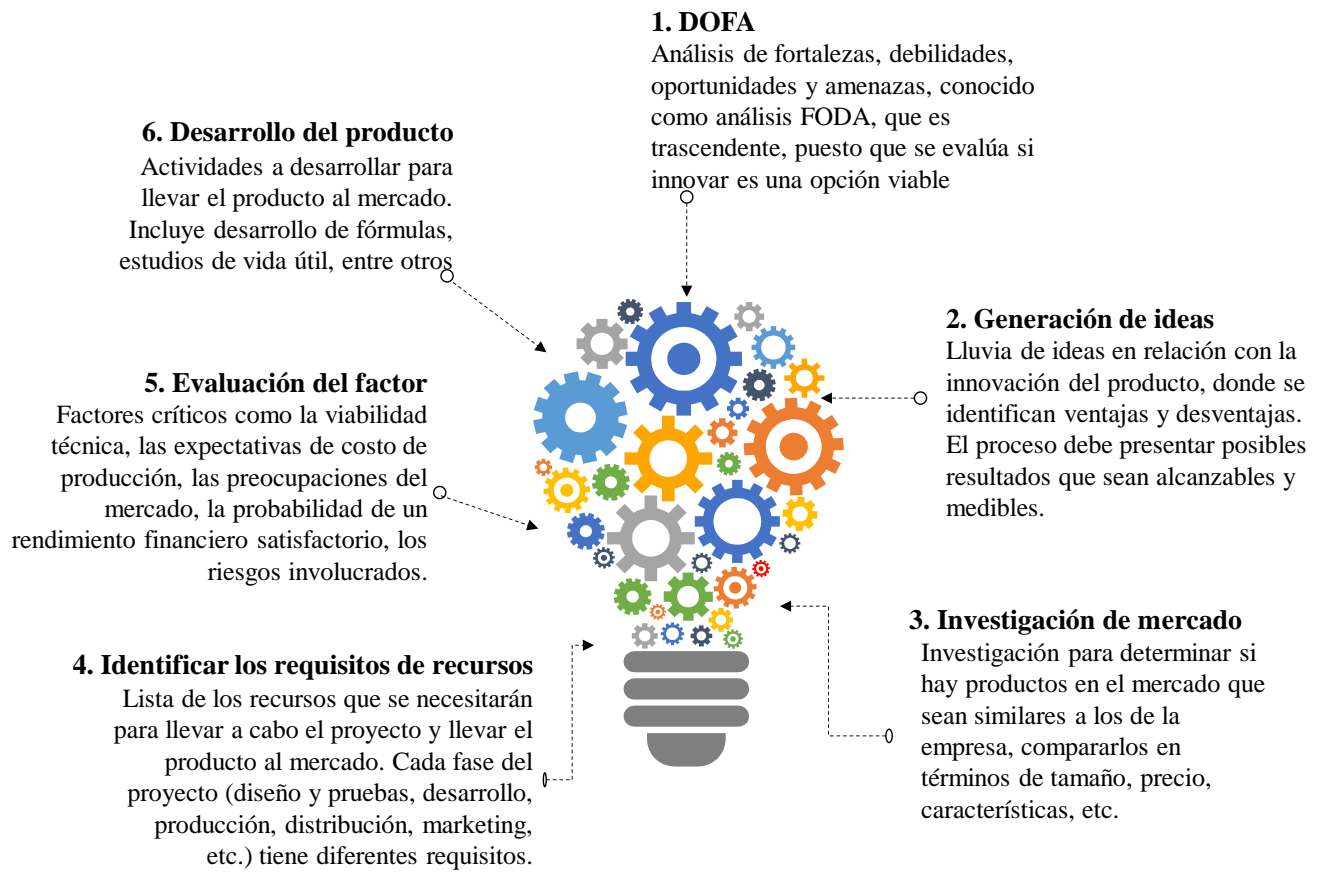


Ilustración 4 Pasos de la Innovación

Fuente. Autor 2019

Cada paso requiere una asignación de recursos humanos, económicos y técnicos en donde la dirección es fundamental para el éxito del proyecto.

En el proceso de innovación, a nivel interno, la empresa adquiere la acumulación de experiencias, fortaleciendo el conocimiento implícito y consecuente que provendrá en valores agregados que posicionarán, a los productos y servicios ofrecidos, así, como la misma marca en el mercado. En este sentido, la innovación no depende solamente del avance tecnológico, sino del proceso causante de conocimiento.

Importancia y necesidad de la innovación en las PYMES

Como segundo objetivo planteado para la investigación está en establecer la importancia y necesidad de la innovación en las PYMES, pero antes de abordar este tema, es necesario poner en claro para qué innovar en las PYMES, estableciendo que la innovación es un proceso que se realiza con el fin de mantener la competitividad empresarial y mejorar la productividad, siendo así consecuentes con lo evidenciado en el desarrollo de la investigación y de los autores citados en este artículo.

La importancia de la innovación en las PYMES, en palabras de autores como (Malaver & Vargas, 2004), asienten al punto de indicar, que la innovación es concluyente en la competitividad del entorno actual los mercados.

Por su parte, el centro de innovación canadiense en su foro de experiencias del 2010, identifica que la innovación es importante porque permite que las empresas y las industrias en su conjunto se adapten al cambio.

Hoy en día la permanencia y éxito de los negocios están estrechamente relacionados con la innovación continua. Los directivos de las organizaciones deben reconocer la importancia de la innovación y comprometerse a llevar a cabo los cambios necesarios en sus empresas, siendo el capital humano, la creatividad tanto individual como grupal, factor clave para el éxito.

No obstante, no solo influye la habilidad o conocimiento de los trabajadores, sino que es preciso una adecuada coordinación para lograr alcanzar buenos resultados y es en esta parte donde los directivos deben actuar como líderes más que gestores en los procesos de la empresa, teniendo en la estructura de la PYMES un área encargada de diseñar políticas y estrategias que promuevan espacios de innovación. (Navas, 2017).

Otro punto importante atribuido a la innovación a través de las décadas, es que, por medio de esta, las PYMES han desarrollado capacidades estratégicas de competitividad en su entorno, logrando con esto el interés, la estimulación y creación de espacios en las agendas de los gobiernos y sus políticas económicas y sociales, que les permite crear procesos que logran competir con éxito en mundo globalizado (Morales, Ortíz, & Arias, 2012). El economista americano Theodore Levitt, propuso la importancia de la innovación para las empresas, en donde para lograr satisfacer las exigencias y cambios del mercado, es necesario que la empresa tenga un proceso cíclico de innovación, es decir, que la empresa debe tener un proceso que le permita comprender cada etapa como un sistema, en donde cada elemento interactúa entre sí y cuyo producto final le proporciona a la organización el factor y ventaja competitiva (Vargas, Bahena, & Córdón, 2017).

La innovación también puede verse como un ciclo vital del mercado, toda vez que sin esta no se obtendría evolución ni avance y, sin este avance no se generarían nuevos productos, procesos, o nuevos conceptos, no se actualizan estilos de gestión, siendo a tal punto su importancia que sin nuevos productos la competitividad no es posible, ya que el crecimiento y los modelos económicos son sostenibles siempre y cuando exista la competitividad. En este sentido, todas las PYMES deben innovar.

En las empresas de una u otra forma, las personas que la constituyen realizan pequeñas innovaciones de forma constante, por ejemplo, con la adaptación de nuevos formatos, adaptaciones a sistemas informáticos, formas de comunicar, de gestionar, constituyen innovaciones que automáticamente se incorporan en las organizaciones ya sea por ajustarse a nuevos lineamientos de la empresa, por la introducción de nuevos sistemas de gestión, donde es

importante el fomentar esta iniciativa y, la creatividad, las cuales son las que aportan valor a los procesos y los hace más efectivos.

La importancia de la innovación, cada vez es más evidente, consecuencia de los cambios que se viven cotidianamente, exige en los gerentes el explorar e implementar opciones que les permitan superar las necesidades del mercado mediante el uso adecuado de las estrategias en su empresa. (Sánchez, Cervantes, & Peralta, 2016)

En cuanto algunos de los beneficios de la innovación, se pueden identificar según el enfoque (Quiroga, Hernández, Torrent, & Ramírez, 2014), toda vez que los beneficios se atañen con los objetivos que se proyecten, los beneficios son variados los cuales permiten que las empresas crezcan y se transformen, convirtiéndose en un mecanismo para la transformación del mercado y para generar competitividad. Se establece también beneficio, cuando este compensen los costos asociados a dicha innovación, es decir el retorno de la inversión.

Factores facilitadores y los limitantes con respecto a los procesos de innovación en las PYMES

Como último objetivo del artículo de investigación está el instituir los factores facilitadores y limitantes de los procesos de innovación en las PYMES.

En cuanto a los factores que facilitan los procesos de innovación algunos autores lo dividen en internos, que son las desarrolladas a nivel micro de la empresa y externos entendiéndose como variables macro del entorno y que afectan el desarrollo de las capacidades internas (Morales, Ortiz, & Arias, 2012), en donde estas habilidades se complementan siempre y cuando se establezca una estructura empresarial facilitadora de su proceso y posterior aplicación, logrando así, una empresa innovadora. (Morales, Ortiz, & Arias, 2012).

También se estudia como factor facilitador que motiva al cambio a la gestión ambiental (Janovitz, Ruiz, Robles, Gómez, & Ruiz, 2002), toda vez que se viene presentando en los últimos años una conciencia social-ambiental, consecuencia del cambio climático por el aumento de la contaminación a nivel mundial, llevando de cierta forma a que las PYMES generen estrategias que conduzcan a la implementación de sistemas de gestión ambiental en sus procesos, que con estos se adquieran los beneficios de posicionamiento de la marca y la competitividad (Vargas, Bahena, & Córdón, 2017).

Otro factor relevante, está en la capacidad organizacional flexible debido a las características de su estructura, la rapidez en el manejo de información que facilita la comunicación con sus colaboradores, así como la oportunidad de realizar innovaciones con mayor rapidez debido a su tamaño. (Oliveira, Leon, & Moreno, 2019).

En palabras de Peter F. Drucker, que es uno de los autores más feraces y reconocidos en el campo de la dirección de empresas, establece que lo que escasean no son las ideas, sino que, lo que falta es carácter en las empresas para acogerlas, en donde la organización es creativa si su gerente es un dirigente creativo que accede a riesgos, que apuesta al cambio innovando. El desarrollo de la creatividad es un reto primordial en la actualidad de las empresas, siendo un tema de supervivencia, que obliga al máximo desarrollo de la capacidad de innovar, de crear nuevas opciones, para con ello competir en el mercado cambiante y satisfacer las demandas de los consumidores con diferentes soluciones.

La innovación es una excelente idea en teoría, no obstante, como un limitante se encuentra que un alto porcentaje de empresas no cuentan con recursos financieros para invertir, así como tampoco abordan la cantidad y el tipo de riesgos involucrados. Otro obstáculo es el de tipo cultural, puesto que por lo general los sistemas educativos favorecen más al mejoramiento

de la capacidad de memoria, que, a formar profesionales creativos con las competencias necesarias para resolver conflictos, de adaptarse o de encontrar soluciones originales.

Otro tipo de dificultades son las preceptuales, en otras palabras, la incapacidad de visualizar relaciones remotas, de investigar lo obvio, la definición adecuada de los problemas y, comúnmente, la falta de preparación, para no perder de vista sucesos desde cualesquiera sean los aspectos y todas las perspectivas.

Pero también, existe un gran temor a equivocarse, una especie de bloqueo emocional, en donde al carecer de destrezas, las personas dentro de la empresa se limitan a una primera idea, y no perseveran en ella por miedo, perjuicios o desmotivación.

La carencia de personal competente y de conocimientos en relación a temas jurídicos, de mercado y su entorno, es una gran barrera para la innovación y el progreso en una PYMES, ya que tendría a su vez en consecuencia, la ausencia de la protección de la propiedad intelectual.

Dentro de otra barrera económica y como debilidad financiera de la PYMES esta la demora en los pagos que se presenta de sus acreedores, también está la falta de estímulos fiscales, así como las dificultades de dirección y estructura al interior de la empresa.

CONCLUSIONES

Los análisis e interpretaciones derivados de los estudios realizados en la presente investigación, derivan las siguientes conclusiones:

La innovación a lo largo del tiempo ha sido definida más allá de un estricto concepto y parece una cuestión semántica entre los diferentes autores de la literatura económica que han intentado precisar en su significado, ya que la innovación trae consigo un proceso generador de

nuevos conocimientos que favorece a las PYMES y con ello al desarrollo de la economía de un país.

Con las definiciones citadas en los diferentes periodos de tiempo se puede identificar que se ha dado un proceso de cambio en el concepto y aplicación a la innovación que son: 1. La imaginación, que es la fundar una nueva idea que probablemente es rentable, pero que su ejecución no es precisamente concreta en los procesos y productos; 2. Como aplicación comercial y social; contribuye a aumentar el capital y éxito de la empresa y al desarrollo del país y 3. La difusión, donde la sociedad utiliza la innovación y aprecia los beneficios de esta.

Una PYMES es innovadora cuando, logra identificar oportunidades en su entorno, al crear nuevas ideas para aprovecharlas, y que, como resultado, al implementar esas ideas para producir nuevo valor a la empresa la hace competitiva.

En un período dado de tiempo, las actividades de innovación de una empresa pueden ser: exitosas, resultado de la introducción de una nueva innovación, en curso, que son aquellas en las que todavía no se ha culminado su última fase de introducción y abandonadas, las cuales son las archivadas antes de su introducción.

En el mundo globalizado, y con esta el aumento de la competencia, el progreso financiero de una PYMES depende de su capacidad de innovar, que exige a las empresas el establecer alianzas estratégicas como consecuencia del entorno cambiante, las exigencias del mercado y los clientes, para mantenerse en el mercado.

La innovación en las PYMES trascendió de componente diferenciador a ser una exigencia para la permanencia en el mercado, que demanda profesionales competentes con amplios conocimientos en temas del mercado y su entorno.

Se puede decir que la PYMES es innovadora cuando pasa por varios momentos al interior de la empresa en donde: evalúa y analiza sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; cuando realiza vigilancia de su entorno; realiza gestión del conocimiento, comunicación e información; hace marketing, desarrolla gestión humana, operacional, financiera, ambiental y de responsabilidad social; además cuando desde su dirección estructura estrategias entorno a una cultura organizacional.

En cuanto a la cultura organizacional, la PYMES debe de propender por la generación de espacios y de un ambiente trabajo de que favorezca, estimule la colaboración y creatividad de los empleados, en donde dichos espacios faciliten también la colaboración de los equipos de trabajo en actividades de apoyo y con empleados externos a la empresa que ayuden también en el éxito de las alianzas estratégicas.

De la literatura consultada se infiere que subsiste, década tras década, una brecha entre la empresa y la innovación, que puede cerrar las organizaciones, aplicando la gestión de la innovación empresarial en los planes de gerencia estratégica.

Las alianzas estratégicas es un camino que permite a la PYMES conseguir la competitividad demandada para concebir el desempeño exigente y cambiante del entorno.

Una gran ventaja en las PYMES en cuanto a la innovación en comparación a las grandes empresas es que gracias a su tamaño son flexibles internamente, dinámicas y tienen mayor capacidad de respuesta a los cambios del entorno. A su vez, algunas de las razones para innovar una PYMES es la calidad mejorada, la globalización, el surgimiento de nuevos mercados, la competencia y el perfeccionamiento de productos y servicios.

La innovación es un proceso dinámico y recíproco con el cual la empresa obtiene conocimientos por experiencia propia en el desarrollo de sus procesos de producción, en su relación con su entorno, otras organizaciones y, por supuesto, el mercado. Mediante la innovación la PYMES fortalece destrezas y obtiene valor agregado para su marca, productos y servicios y con esto una excelente propuesta para la prestación de servicios a los usuarios y su competitividad, pero, es preciso que exista una adecuada gerencia de estos procesos para alcanzar resultados.

La actividad innovadora en la PYMES requiere de conocimientos y procedimientos sistemáticos de gestión para aprovechar experiencias, minimizar riesgos y reducir costes, en donde el apoyo y seguimiento de la gerencia es necesaria como estrategia interna para la competitividad.

La gerencia de las PYMES debe diseñar y establecer nuevas estrategias teniendo en cuenta que la competitividad demanda la administración correcta de sus capacidades y recursos, en donde debe considerar los componentes de la innovación, trabajo en equipo (Capital humano), comunicación (Interna y externa), enfoque global, tecnológicos, marketing y compromiso ético.

Los gobiernos deben ayudar al desarrollo de las PYMES a través de políticas sostenibles, más si se tiene en cuenta, que estas representan más de la mitad de los puestos de trabajo formal en todo el mundo, y su participación en la generación de empleo es comparable a la de las grandes empresas, por ello su importancia como fuente de progreso, desarrollo social y económico en un país.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aponte, F. G. (2015). El Proceso de la Gestión de la Innovación Tecnológica: Sus Etapas e Indicadores Relacionados. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XXI, (1), 60.
- Avendaño C., W. R. (2012). Innovación: Un Proceso Necesario para las Pequeñas y Medianas Empresas del Municipio de San José de Cúcuta, Norte De Santander (Colombia). *Semestre Económico*, 15, (31), 198.
- Castellanos, M. J. (2003). PyMES Innovadoras. Cambio de Estrategias e Instrumentos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 47, 3.
- Fernández, G. (2008). Estrategias gerenciales en las PyMEs venezolanas en el escenario del desarrollo local. Una reflexión Teórica. *Multiciencias*, 8, (2), 201.
- Florez, J. M. (2011). Andalucía y los centros comerciales abiertos: el caso de Maracena-Granada. *Revesco. Revista de Estudios Cooperativos*, (106), 95-120.
- González, M. C., & Martínez, C. J. (2014). Gerencia Estratégica e Innovación Empresarial: Referentes Conceptuales. *Revista Dimensión Empresarial*, 12, (1), 109-114.
- Janovitz, K. A., Ruiz, L. J., Robles, V. E., Gómez, G. G., & Ruiz, G. J. (2002). La gestión de la productividad y competitividad de las Pymes y la contabilidad ambiental. *Revista Mexicana de Agronegocios*, VI, (11), 12.
- Landazury, V. L., & Ferrer, M. F. (2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 133.
- López, F. E., Acosta, M. M., Espinoza, P. E., & Delfín, P. F. (2007). La Globalización y sus efectos en la Gestión de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Latinoamérica. *Equidad y Desarrollo*, 008, 113-125.
- Malaver, R. F., & Vargas, P. M. (2004). El comportamiento innovador en la industria colombiana: una exploración de sus recientes cambios. *Cuadernos de Administración*, 17, (27), 35.
- Montoya, S. O. (2004). Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico. *Revista scientia et technica*, X, (25), 209.

- Morales, M. E., Ortíz, C. R., & Arias, C. M. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: Una mirada a la situación en Latinoamérica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 72, 148-158.
- Moreno, S., González, M., & Cremades, L. (2009). Metodología para el Modelado de la Gestión de la Innovación en PYMES. Caso Panama. *Selected Proceedings from the 12th International Congress on Project Engineering*, 12, 232.
- Navas, O. W. (2017). Investigación e innovación, factores de crecimiento en las PYMES. *Revista Publicando*, 4, (2), 262.
- Oliveira, R. R., Leon, O. M., & Moreno, O. E. (2019). Estrategias de Innovación para empresas Startups. *Pensamiento Contemporaneo en Administración*, 13, (1), 49-50.
- Quiroga, P. D., Hernández, B., Torrent, S. J., & Ramírez, J. F. (2014). La innovación de productos en las empresas. *Cuadernos del CENDES*, 31, (87), 2.
- Salas, A. L., García, S. M., & Azuero, R. A. (2018). Género del gerente e innovación: Caso empírico en Pymes de Cali. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8, (2), 225.
- Sánchez, O. M., Cervantes, A. V., & Peralta, M. P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII, (2), 79-84.
- Solís, O. D., & Vázquez, R. L. (2014). La Innovación y su contexto en la pequeña y mediana empresa. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 2, (3), 2-6.
- Vargas, M. E., Bahena, Á. I., & Cordón, P. E. (2017). Innovación responsable: Nueva estrategia para el emprendimiento de mipymes. *Innovar*, 28, (69), 42-50.
- Vite, P. M. (2000). La globalización económica ¿Una nueva fase de la mercantilización de la vida social? *Frontera norte*, 12, (23), 153-159.